SBB CFF FFS

Le magazine de la mobilité d'entreprise

to B

Avantage aux TP

Joos Sutter, CEO de Coop, s'intéresse au mode de transport de ses collaborateurs.

Le parking d'entreprise, un modèle en fin de course.

Restauration saine et rapide: Tibits.

1/2015

1/2015

Sommaire

6 Grand format
Mobilité des collaborateurs

En deux mots 4

Coop
Interview du CEO Joos Sutter 6

Le gestionnaire de voyages Urs Erzer à propos de Businesstravel CFF 9

Plus-value
Gestion des places de parking: le trafic pendulaire prend la voie des TP 10

Mobilité et PME
Le CYP apprend à ses élèves à bluffer le client 13

Du côté des trains
Efficace: le concept de mobilité 15

De vous à nous
En voyage avec Nicole Loeb, déléguée du CA de Loeb Holding AG 15

Portrait d'entrepreneur
Un paradis végétarien 16

Offre aux lecteurs
4 pour 3: action RailPoster! 18

Coup de projecteur
Escale à Munich 19

Joos Sutter: le CEO de Coop plébiscite le rail pour les collaborateurs comme pour les marchandises.

Abonnements et changements d'adresse: *cff.ch/toB*

FSC www.fsc.org MIXTE Papier issu de sources responsables FSC® C110085

Stefan Haas,
responsable Clientèle
Commerciale CFF Voyageurs

Chère lectrice, cher lecteur,

Imaginez que, dans votre restaurant du personnel, les menus soient tous proposés à prix réduit, sauf le menu végétarien. Il en va de même dans la mobilité pendulaire: alors que de nombreuses entreprises offrent le parking aux automobilistes, les usagers des transports publics ne reçoivent souvent aucune aide. Trouvez-vous cela normal?

La Suisse compte environ 4 millions de pendulaires, près de la moitié de la population. Emprunter les transports publics, c'est se déplacer de manière sûre, ponctuelle et écologique. J'estime que cela devrait être encouragé par l'employeur. En effet, le trajet fait déjà partie du travail, car il détermine la façon dont la personne arrive au travail.

Les 320 000 entreprises de Suisse peuvent influencer le comportement de leurs collaborateurs en matière de transports en participant à l'achat des abonnements de TP et en réduisant les possibilités de parking, ce que beaucoup font déjà d'ailleurs. Notre article «Plus-value» en page 10 donne des exemples concrets de gestion des places de stationnement et des avantages financiers correspondants.

Le trafic pendulaire prend la voie des TP.
Suivez le mouvement!

Stefan Haas

Impressum

Edité par les CFF,
Stefan Haas, Voyageurs,
Clientèle commerciale.

Paraît trois fois par an en français et en allemand.

ISSN 2296-6765

Réalisation: Infel Corporate Media, Zurich. Rédaction: Andreas Turner (rédacteur en chef),
Maquette: Laetitia Buntschu (directrice artistique).
Iconographie: Diana Ulrich (direction), Yvonne Schütz.

Conseil de rédaction CFF:
Fabienne Bernet, Jonathan Keller, Rahel Meile, David Brunnschweiler.

Adresse de la rédaction:
Chemins de fer fédéraux CFF
Voyageurs Clientèle commerciale
Rédaction «toB»
Wylerstrasse 123/125
3000 Berne 65
toB@cff.ch

Traduction:
UGZ Übersetzer Gruppe Zürich GmbH, Zurich

Impression:
Hertig+Co. AG, 3250 Lyss
Photogravure:
Ast & Fischer AG, Wabern

Photos: Keystone/Gaëtan Bally (couverture); Marion Bernet (éditorial); Patric Sandri (illustration); Stefan Kubli.

La mobilité vue par...

Tanja Frieden

Lorsqu'on a porté ne serait-ce qu'une fois un dossard dans une compétition de niveau mondial, il est impossible de l'enlever totalement. Mais le sport de compétition peut mettre la santé en danger: on est toujours à la limite de ses possibilités, et on les dépasse parfois. Et les conséquences peuvent être graves. C'est pourquoi, aujourd'hui, j'apprécie d'avoir quitté le stade de la peur d'apprendre pour atteindre celui de l'apprentissage. Par exemple, lorsque j'effectue la traversée de la Blüemlisalp ou que je descends le Mönch, en parfaite harmonie avec moi-même et l'environnement.

Certains doivent penser que ma vie a ralenti à l'issue de ma carrière de snowboardeuse internationale, mais ce n'est pas le cas. Simplement, je suis désormais une femme qui travaille avant d'être une sportive. En tant que coach, j'aide des sportifs et des dirigeants du monde de l'économie à atteindre leurs objectifs.

Beaucoup travaillent principalement avec la technique d'affirmation: il suffirait de se dire que l'on va y arriver pour que ça marche. Personnellement, je n'y crois pas. J'étudie les forces contraires et je me demande d'où elles viennent. Je cherche à éliminer les émotions négatives et les pensées dogmatiques. Grâce à une méthode appelée logosynthèse, j'essaie, par le biais du langage, d'accéder au niveau du Moi et de réactiver les énergies vitales bloquées.

J'aime aborder des situations inconnues. Nous sommes sur Terre pour apprendre. Quitter sa zone de confort permet d'entrer dans des zones d'apprentissage. Ouh là, quelqu'un peut me dire où est le bouton d'arrêt?

Tanja Frieden (39 ans), championne olympique de snowboard et sportive de l'année en 2006, a mis fin à sa carrière sportive en 2010. Depuis, elle fait bénéficier sportifs et cadres de sa force mentale de sportive de haut niveau.

Votre événement d'entreprise à l'EXPO Milano 2015

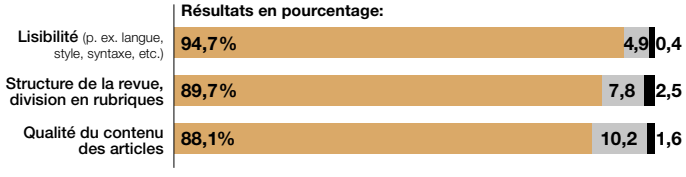
L'Exposition universelle 2015 se déroule à deux pas de chez nous: du 1er mai au 31 octobre, l'EXPO Milano 2015 dédiée au thème de l'alimentation accueillera les visiteurs du monde entier. L'occasion rêvée pour inviter vos clients, vos partenaires commerciaux ou votre équipe. Pour vous permettre d'arriver à Milan confortablement et sans encombre, en évitant les bouchons, nous vous proposons des offres attrayantes pour les groupes et les sociétés à partir de 10 personnes, à retrouver dans la brochure ci-jointe. Nous pouvons aussi vous concocter une offre individuelle.
Réservez dès maintenant!
cff.ch/expo2015

Authorised Reseller
EXPO
MILANO 2015

Vous appréciez «toB»

252 personnes ont répondu à l'enquête proposée aux lecteurs de «toB» n° 3/14. Merci de votre participation! Les principaux résultats en bref: 80% des lecteurs souhaitent continuer à lire le magazine à l'avenir. La maquette est attrayante, le contenu informatif, intéressant et fiable. Lisibilité, structure et qualité du contenu obtiennent globalement de très bonnes notes.

Comment jugez-vous le magazine «toB» au regard des critères suivants?



Légende:
(très) satisfaisant
moyennement satisfaisant
peu/pas satisfaisant

Félicitations!
Un tirage au sort parmi les participants a désigné le gagnant de deux nuits pour deux personnes aux Lindner Hotels & Alpentherme à Loèche-les-Bains. Il s'agit de Jeannine Bossert de 8800 Thalwil.

Cap sur... *Lausanne*

La Brasserie de Montbenon propose une cuisine régionale authentique à partir de produits de saison et de qualité.

Elle est située à quelques minutes à pied de la gare, au rez-de-chaussée du Casino de Montbenon, dans un parc avec vue sur le lac Léman. Rénové fin 2014, cet établissement fondé en 1908 séduit avec ses plafonds hauts, son charme et son excellente cuisine du terroir. Au menu, ne manquez pas le cordon bleu, le coq au vin, l'os à moelle à la fleur de sel servi sur du pain grillé, ou encore le business lunch. L'endroit idéal pour savourer de petits plats vaudois après une réunion d'affaires. À l'entresol, des groupes de 40 personnes maximum peuvent réserver le «balcon», une pièce séparée de la brasserie qui accueille aussi des manifestations culturelles.

Plus d'informations:
brasseriedemontbenon.ch

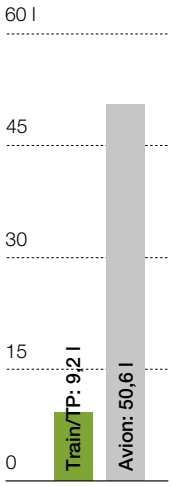
33,1%

C'est la part du train dans le trafic pendulaire motorisé (état: 2013).

TRAIN ou AVION?

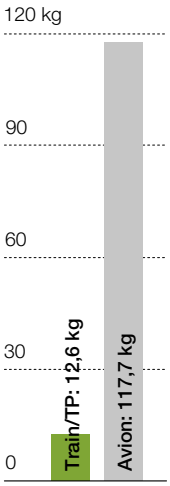
Zurich - Munich

Consommation d'énergie
Energie primaire, convertie en litres d'essence par personne et par trajet



Différence
Moins 41,4 litres d'essence

Emissions CO_2
Gaz à effet de serre, en kilogrammes par personne et par trajet



Différence
Environ 9 fois moins de CO_2

Plus d'exemples: **cff.ch/ecocomparateur**

BON À SAVOIR

Maigrir grâce aux TP

#1

Les personnes utilisant les transports publics pour se rendre au travail ont moins de problèmes de poids que les automobilistes. Une étude du «British Medical Journal» a démontré que les pendulaires masculins empruntant les TP pesaient environ 3 kg de moins que les automobilistes, et les femmes 2,5 kg de moins.

Rembourse-ment, mode d'emploi

#2

Les billets print@home et les MobileTickets (nationaux et internationaux) peuvent être envoyés en ligne pour remboursement.
cff.ch/business-remboursement

Illustration: Grafilu. Photos: Michel Bonvin, SBB CFF FFS

«Nous passons de plus en plus au rail»

Un homme aux manettes avec des objectifs de sportif: Joos Sutter, CEO de Coop, nous parle de shopping cross-canal, du lien entre l'économie et l'écologie et du bien-être dans les trains suisses.

À deux pas du train: le siège de Coop à Bâle.

Texte: Andreas Turner

Monsieur Sutter, de quoi êtes-vous particulièrement fier chez Coop?
Coop emploie 74 000 personnes. Des femmes et des hommes de tout âge, des personnalités différentes originaires de 120 pays. Et nous travaillons tous chaque jour avec le même objectif: offrir le meilleur à nos clients! Etre témoin de cet élan au quotidien me rend fier de faire partie de Coop.

Fiche d'identité

Raison sociale	Coop
Création (sous le nom d'USC*; Coop en 1969)	1890
Points de vente (y compris Coop Pronto)	1933
CA 2014	CHF 28,2 milliards
Collaborateurs	77 087

*Union suisse des sociétés de consommation

Comment faites-vous les courses au quotidien?
C'est le plus souvent ma femme qui se charge des achats de tous les jours. Mais je ramène souvent à la maison des produits découverts lors de mes visites hebdomadaires aux points de vente. Il arrive souvent que des collaborateurs m'invitent à essayer tel ou tel produit.

Vous avez la réputation d'être un amoureux de la nature. Cela a-t-il une influence sur votre style de gestion et l'orientation que vous donnez à Coop?
La nature me permet de déconnecter et de faire le plein d'énergie. Après une journée de pêche ou de cueillette des champignons, les batteries sont rechargées, et je peux ainsi me concentrer à nouveau pleinement sur mes défis professionnels. Ce temps passé en plein air a certainement contribué à mon envie de m'engager aussi sur le plan professionnel en faveur du développement durable et de la préservation de la nature.

Coop souhaite atteindre la neutralité CO_2 totale d'ici 2023. Quelles sont les étapes pour atteindre cet objectif?
Notre approche est très pragmatique: nous agissons là où nous pouvons obtenir les meilleurs résultats. Il s'agit d'un ensemble composé de multiples petites mesures et de quelques mesures de grande envergure. Par exemple, nous misons pour toutes nos constructions nouvelles et transformations sur le standard Minergie, ce qui nous permet d'économiser un cinquième de la consommation en énergie et 40% de la chaleur. Depuis 2010, la réfrigération de nos produits est assurée par des systèmes au CO_2, avec là encore une baisse d'un quart de la consommation de courant. Autre exemple: les émissions annuelles de CO_2 du siège de Coop ont pu être réduites de près de 17% depuis 2008, malgré une hausse de la superficie de 7,6%!

Vous transportez chaque jour des milliers de tonnes de marchandises. Par quel moyen sont-elles livrées aux centres logistiques Coop et aux magasins?
Nous transférons de plus en plus souvent le transport de nos marchandises de la route au rail, ce qui nous permet de réduire significativement nos émissions de CO_2. Pour cela, nous faisons appel aux CFF et à notre filiale railCare, l'essentiel étant que le transfert vers le train se fasse. Grâce à nos grands projets dans les domaines logistique et production à Schafisheim et Pratteln, Coop transportera en 2016 environ 45% de marchandises en plus sur les rails. À partir d'un trajet de 90 km environ, le transport devra à long terme se faire en train.

Quand atteindrez-vous cet objectif?
Nous sommes déjà en bonne voie! Avec City Cargo Genève, par exemple, nous avons

lancé en 2013 un projet de transport des marchandises unique en Europe, sur des trajets bien en deçà des 90 km. Depuis juillet 2013, Coop approvisionne les 42 points de vente de Genève en train avec railCare, de la centrale de distribution d'Aclens au cœur de la ville. Les caisses mobiles ne sont chargées sur des camions que pour parcourir les derniers kilomètres.

Coop prépare son expansion avec un milliard d'investissement dans de nouveaux sites de production et centres logistiques. Comment le projet avance-t-il?

Très bien. En 2018, nos trois entreprises de production Chocolats Halba, Sunray et Cave ainsi qu'une partie de la logistique de Coop seront centralisées sur le nouveau site de Pratteln (BL). Notre projet de construction de Schafisheim est également en bonne voie. Nous y construisons la plus grande boulangerie de Suisse et notre nouveau centre logistique. Grâce à un système de gestion d'énergie ultramoderne, nous économiserons plus de 10 000 tonnes de CO_2 par an rien qu'à Schafisheim. Cela correspond à la quantité de CO_2 émise par une voiture qui ferait plus de 1000 fois le tour de la Terre.

«Nous souhaitons être écologiques y compris dans nos déplacements professionnels.»

Coop possède près de 2000 points de vente en Suisse. Qu'en est-il du développement de votre modèle de boutiques en ligne?

Depuis le lancement de notre supermarché en ligne coop@home en 2002, nous enregistrons chaque année une croissance à deux chiffres. Nous développons nos formats en ligne avec méthode. Le commerce électronique revêt une importance stratégique, notamment en ce qui concerne les biens non alimentaires. D'acteur physique, Coop est devenu un acteur multicanal.

Cherchez-vous à interconnecter les différents canaux de distribution du groupe Coop?

Oui, nous sommes déjà un distributeur cross-canal. Vous pouvez par exemple →

Portrait

Joos Sutter (50 ans) a grandi à Thusis (GR), étudié l'économie à Saint-Gall et travaille depuis 19 ans pour Coop et ses filiales. Il est CEO de Coop depuis 2011. Père de trois garçons, il vit avec sa famille à Schüpfen (BE).

Joos Sutter: «Nous participons à l'achat d'un AG à hauteur de 650 francs par collaborateur.»

Photos: Christian Aeberhard, Keystone/Gaëtan Bally.

commander un appareil photo sur la boutique en ligne puis le retirer dans l'un des 200 points de vente Interdiscount. À l'inverse, les clients peuvent demander conseil en magasin, tester le produit puis le commander en ligne et se le faire livrer chez eux. coop@home livre aujourd'hui dans les 210 minutes suivant la commande.

This or that ... *Monsieur Sutter?*

Aube Crépuscule

J'aime le chant des oiseaux au petit matin, et les poissons mordent mieux à cette heure-là.

Cabane de montagne Cabane de plage

Pour un séjour court, pourquoi pas la cabane de plage. Pour un séjour plus long, je choisis la montagne sans hésiter.

Théâtre Cinéma 3D

Je préfère le contact direct avec les acteurs.

Classique Rock

Rock, en particulier en voiture.

Berline SUV

Peu importe, tant qu'il y a de la place pour toute la famille.

Bière Bordeaux

J'aime les deux, cela dépend de la situation.

«Der Spiegel» «Die Weltwoche»

En fonction de mon état de forme.

Autre tendance de fond: les produits régionaux. Quelle importance y accordez-vous?

Coop est certes présente dans toute la Suisse, mais depuis sa fondation il y a 150 ans, notre entreprise est toujours restée proche de ses clients et solidement ancrée dans les régions. Nous avons toujours vendu de nombreux produits suisses et, depuis longtemps, des spécialités bio régionales. Avec «Ma région», nous avons simplement créé un nouveau cadre début 2014 et élargi notre offre à 2500 spécialités régionales, un chiffre qui évolue en permanence. Cela représente pour nous un énorme défi logistique.

De plus en plus de gens achètent en dehors des heures d'ouverture habituelles et se restaurent en dehors de chez eux. Est-ce la raison pour laquelle Coop Pronto est un axe de développement essentiel pour vous, y compris en dehors du réseau de stations-service?

Dans le secteur des aliments prêts-à-consommer, nous sommes le numéro un incontesté avec un chiffre d'affaires de plus de 650 millions de francs sur les produits frais Betty Bossi et autres. Ce secteur répond à un besoin de la clientèle et nous pensons que la tendance va se poursuivre. En 2014, nous avons ouvert sept Coop Pronto.

«Je prends souvent le train et j'aime l'ambiance qui y règne.»

Vous encouragez vos collaborateurs à emprunter les transports publics. Pourquoi?

Nombre de nos collaborateurs sillonnent la Suisse tous les jours. Nous souhaitons être aussi écologiques que possible, y compris dans nos déplacements professionnels. C'est pourquoi nous avons introduit le Rail Check en 2008 et nous participons à l'achat d'un AG à hauteur de 650 francs.

Quel usage faites-vous personnellement du train?

Je prends de plus en plus souvent le train, par exemple dès que je passe par l'agglomération de Zurich.

Qu'est-ce qui est indispensable pour vous lorsque vous voyagez en train en Suisse?

J'aime l'ambiance dans les trains, les CFF font vraiment du très bon travail. J'admire aussi souvent l'amabilité des agents de train.

Bilan écologique de **Coop**

En 2014, grâce au train, les collaborateurs de Coop ont économisé:

- 543,4 tonnes de CO_2
- 226 459 litres de diesel

Sur le site mobitool, les entreprises peuvent consulter toutes les informations nécessaires sur la consommation énergétique, les émissions de CO_2, le coût et la durée des trajets liés à leur activité, avec en plus de précieux conseils sur la mobilité durable.

cff.ch/ecocomparateur

La mobilité des collaborateurs passée au crible

Le groupe Coop améliore son efficacité énergétique et réduit ses émissions de CO_2 par le biais d'objectifs concrets. La mobilité des collaborateurs est ici une dimension clé.

Texte: Andreas Turner
Photo: Christian Aeberhard

Coop a décidé d'agir pour réduire ses émissions de CO_2, l'objectif étant la neutralité complète à l'horizon 2023. Concrètement, les émissions annuelles absolues de CO_2 devront d'ici là diminuer de moitié environ par rapport à 2008. À partir de 2023, les émissions restantes seront compensées.

Optimisation des voyages d'affaires

Pour réduire les émissions de CO_2 dues aux voyages d'affaires, Coop mise sur le train, Mobility Carsharing et les visioconférences. Dans les directives de voyage, la priorité est donnée au train en tant que moyen de transport le plus écologique.

Un Rail Check comme motivation

Les pendulaires de Suisse utilisent souvent la voiture, ce qui va à l'encontre des objectifs de CO_2 de l'entreprise. Pour Urs Erzer, gestionnaire de voyages au siège de Coop à Bâle, le comportement des collaborateurs en matière de mobilité doit donc être passé au crible. «En 2008, nous avons introduit le Rail Check Reka pour encourager l'achat d'un AG avec un forfait de 650 francs et promouvoir une mobilité pauvre en émissions de CO_2.» Cette indemnité est proposée à tous les collaborateurs travaillant au moins à 50%. La mesure est un succès: le nombre de Rail Checks commandés augmente sensiblement chaque année. De plus, à partir de 300 francs de frais de trajets en train, les collaborateurs et apprentis ont droit à un abonnement demi-tarif gratuit. Les kilomètres en voiture ne sont pas indemnisés. Les collaborateurs ayant droit à une voiture de fonction peuvent l'échanger contre un AG de 1re classe. Les entreprises aux horaires décalés comme les points de vente Coop offrent à une partie des collaborateurs au moins la possibilité d'éviter les heures de pointe dans les transports. Et de nombreux collaborateurs de l'administration qui ne dépendent pas des horaires d'ouverture peuvent organiser leur temps de travail comme ils le souhaitent.

Eviter les heures de pointe

Une autre façon d'éviter les heures de pointe consiste à travailler pendant le trajet. «À partir d'une distance de 50 km, nous voyageons en 1re classe, où il est plus facile de travailler sur son ordinateur portable», explique Urs Erzer. «Businesstravel CFF a facilité les choses pour Coop: commande centralisée par voie électronique, facturation automatique; les démarches sont nettement plus rapides.» La réservation de billets via l'application Mobile Business CFF est testée par plusieurs utilisateurs chez Coop. «Le système fonctionne parfaitement», apprécie Urs Erzer. «De manière générale, nous sommes très satisfaits des CFF qui nous offrent une prise en charge optimale.»

Urs Erzer, gestionnaire de voyages: «Les membres de la Direction peuvent opter pour un AG de 1re classe au lieu d'une voiture de fonction.»

Photos: Keystone/Georgios Kefalas, Christian Aeberhard.

Le trafic pendulaire prend la voie des TP

En milieu urbain, chaque centimètre carré vaut de l'or. Beaucoup d'entreprises subventionnent l'abonnement de transport de leurs collaborateurs pour gagner de la place.

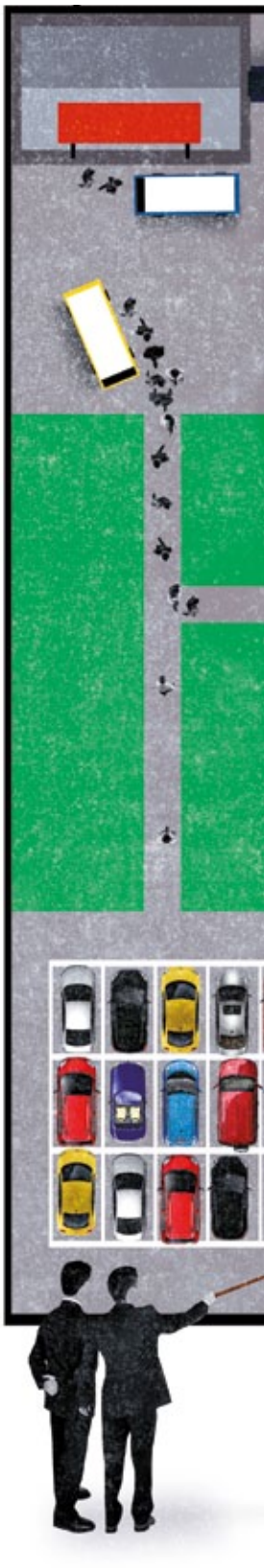
Texte: Michael Frischkopf
Illustrations: Patric Sandri

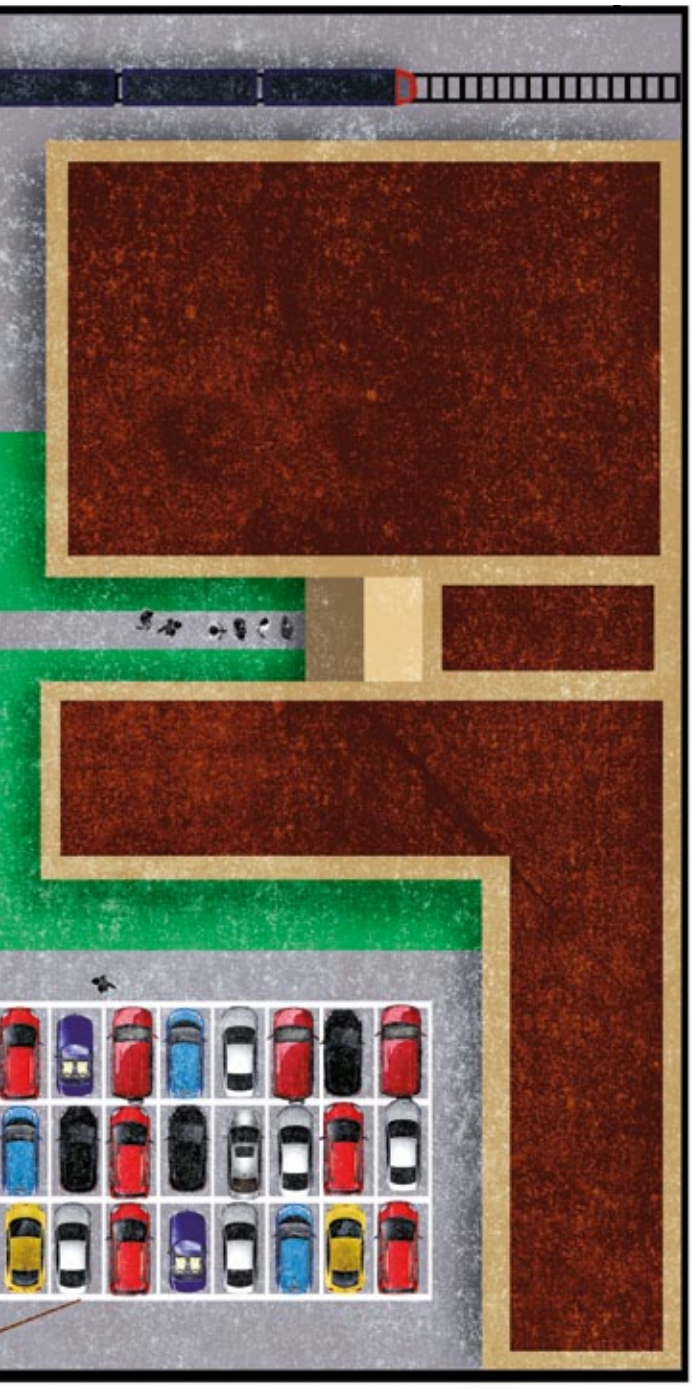
Ingo Pohl est ingénieur en construction chez Roche, à Bâle, et doit parcourir dix kilomètres pour gagner son lieu de travail. Un trajet qu'il fait souvent deux fois par jour à vélo. S'il opte pour les transports publics quand la météo est mauvaise, il laisse toujours la voiture au garage. Car Roche ne lui propose pas de place de stationnement sur son site.

Pour avoir participé à l'élaboration du concept de mobilité de Roche à titre de chef de projet du développement du site, Ingo Pohl comprend parfaitement ce choix. «Roche souhaite s'engager en faveur de la durabilité. Or le trafic individuel motorisé constitue aujourd'hui un tiers du volume du trafic à Bâle. Un seuil critique, au vu du nombre relativement faible de places de stationnement. Nous avons donc créé un modèle de temps de trajet et misons beaucoup sur les TP.» Ainsi, les collaborateurs pouvant se rendre au travail en moins de 45 minutes avec les TP, comme Ingo Pohl, n'ont pas accès au parking mais reçoivent un bonus mobilité de 40 francs par mois. Les trajets plus longs donnent droit à une place de stationnement moyennant 40 francs par mois. Chacun est cependant libre de privilégier les TP. Roche récompense alors ce choix en versant 40 francs au collaborateur.

Délester le trafic local

Roche a introduit son concept de mobilité en 2011, en prévision de la croissance des sites de Bâle et Kaiseraugst et de l'augmentation des effectifs dans le bâtiment 1, en plein centre-ville. Les





TP délestent considérablement le centre bâlois. «Le site de Bâle compte aujourd'hui au moins 8000 personnes, mais le parking est conçu pour le tiers. Sur le site de Kaiseraugst, où travaillent près de 2500 personnes, les besoins de stationnement sont plus élevés parce que les liaisons de TP sont moins bonnes», explique Ingo Pohl. La comparaison suivante illustre l'efficacité du concept de Roche: les effectifs à Bâle ont augmenté d'un quart en cinq ans. En revanche, le parking n'a pas changé de taille.

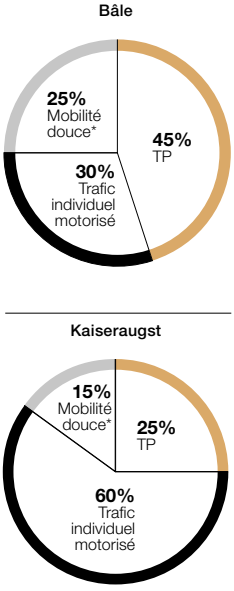
> Le modèle de Roche ne prévoit que peu d'exceptions, p. ex. pour les parents qui travaillent et dont les enfants sont en âge préscolaire.

Une réussite toutefois insuffisante. Car dans les neuf prochaines années, les plans de développement urbain et les chantiers prévus à Bâle vont priver Roche d'un grand nombre de places de stationnement. L'entreprise prévoit donc d'introduire une sorte de parc relais et de louer des parkings excentrés mais facilement accessibles, sur les grands axes. Les collaborateurs pourront y prendre une navette de l'entreprise ou les transports publics pour rejoindre leur lieu de travail. Mais Ingo Pohl propose aussi de nouvelles pistes de solution face à la croissance urbaine, notamment dans les agglomérations. «Pourquoi ne pas aussi utiliser le Rhin comme voie de circulation?»

Ruag mise sur les TP

Installé dans le quartier zurichois de Seebach, Ruag rencontre les mêmes défis que Roche à Bâle. Ce site urbain comptant 500 collaborateurs et 270 places de stationnement est appelé à connaître une forte croissance dans les prochaines années. Marc Hexspoor, vice-président ressources humaines de Ruag Space, mise donc lui aussi fortement sur les TP depuis janvier 2015. «La région de Zurich est très bien desservie, les TP sont souvent plus rapides que les voitures. En subventionnant l'abonnement de transport des collaborateurs, nous espérons améliorer la situation en matière de stationnement.» Ainsi, Ruag prend en charge un tiers du BonusPass de la Communauté de transports publics zurichoise (ZVV) pour toute

En zone urbaine, les TP arrivent en tête



*Piétons, cyclistes

Chiffres englobant Bâle et Kaiseraugst.
Source: Gestion de la mobilité F. Hoffmann-La Roche SA

Comparatif des abonnements pendulaires
p. 12

L'offre des CFF

Vous souhaitez promouvoir l'utilisation des TP ou introduire et optimiser une gestion des places de stationnement? Nos spécialistes de la clientèle commerciale proposent une assistance et des conseils gratuits aux entreprises d'au moins 100 collaborateurs!
business@cff.ch

personne renonçant à sa place de parking. Une offre très intéressante. «Le collaborateur paye les deux tiers de son abonnement mais peut utiliser tout le réseau de la ZVV*. Nous voulons ainsi promouvoir l'utilisation des TP», explique Marc Hexspoor. Le BonusPass est un abonnement annuel personnel. Cette subvention n'implique aucun risque pour Ruag, qui bénéficie des conditions réservées aux entreprises. Chaque BonusPass lui coûte 630 francs, indépendamment du nombre de zones. Le collaborateur profite ainsi d'un abonnement annuel à prix réduit et peut, en prime, circuler dans toutes les zones.

Le parking d'entreprise: une espèce en voie de disparition?

À Seebach, Ruag continue à proposer un stationnement gratuit à ses collaborateurs. Mais la situation devient difficile, 70 des 270 places étant appelées à disparaître à moyen terme. Sur le site de Berne, la tendance en matière d'effectifs est elle aussi à la hausse: les collaborateurs payent 80 francs par mois pour garer leur voiture ou reçoivent, s'ils y renoncent, un abonnement Bernmobil à moitié prix.

Les derniers miles

BOBST, entreprise leader dans le secteur des équipements et services destinés aux fabricants d'emballages, est installée dans la petite commune de Mex, au milieu de la campagne vaudoise. D'où la nécessité pour cette société de 1700 collaborateurs d'avoir un plan de mobilité. À Mex, le stationnement ne pose pas problème. De l'espace, on en a. Le plan de mobilité se concentre donc sur les trajets entre les gares voisines et le site de production ainsi que sur la desserte des villages alentour.

Bus et minibus sont financés à 100% par l'entreprise. Un service qui séduit les collaborateurs, dont 260 par jour profitent du car postal qui relie la gare de Renens au site de BOBST, tandis qu'une cinquantaine d'autres font le trajet depuis les villages voisins en minibus. S'ajoutent à cela trois minibus qui, chaque jour de la semaine, vont chercher une trentaine de frontaliers au débarcadère d'Ouchy pour les emmener au travail, et les ramènent le soir. Par ailleurs, le covoiturage est encouragé, et les meilleures places de stationnement lui sont réservées. Ces mesures, bien accueillies par les collaborateurs, sont également bénéfiques en termes d'image. ■

*Le BonusPass de la ZVV: un bon calcul

Exemple: un collaborateur de Ruag a besoin d'un abonnement de parcours pour 4 zones.

Coût total de l'abonnement 4 zones		1476.–
Subvention de Ruag	–	517.–
Part du collaborateur	=	959.–
Valeur réelle du BonusPass ZVV (avec extension gratuite à toutes les zones)		2160.–

Le collaborateur de Ruag profite pour 959 francs d'un BonusPass pour toute la région ZVV d'une valeur réelle de 2160 francs. Soit une économie de 1201 francs par an.

Abonnements pendulaires

Le choix entre l'abonnement de parcours et l'AG dépend de la distance et de la fréquence des trajets. Plusieurs communautés tarifaires proposent aussi des abonnements spéciaux pour les entreprises:

Communauté tarifaire
1 Mobilis
2 Onde Verte
3 VagABOnd
4 Libero
5 TNW
6 Passepartout
7 ZVV
8 Tarifverbund Zug
9 Arcobaleno
10 Ostwind

En savoir plus:
cff.ch/trajet-du-travail

©SBB / Swisstopo (JA100134) www.trafimage.ch

Apprendre à bluffer le client

Comment épater le client? Où acquérir des connaissances spécifiques approfondies? Pour les apprentis suivant une formation bancaire, le CYP, pépinière de nouveaux talents des banques suisses, est incontournable. Ses 12 sites ont renoncé au papier et aux places de stationnement.

Apprendre au CYP: le public cible est constitué d'apprentis, de jeunes sortant de l'école secondaire et d'adultes en perfectionnement.

Alexia Böniger: «Les attentes vis-à-vis de la relève ont sensiblement augmenté.»

Texte: Andreas Turner
Photos: Zeljko Gataric

Depuis le hall, un escalier roulant mène au premier étage où se trouve le siège du CYP, le centre d'apprentissage moderne des banques suisses fondé en 2003. Environ 4800 des 5600 apprentis bancaires sont actuellement en formation au CYP. Alexia Böniger nous souhaite la bienvenue et nous conduit, à travers des locaux lumineux – un coin café, différents espaces de rencontre mais aussi des salles pour étudier au calme – jusqu'à son bureau. «Les attentes vis-à-vis de la relève dans le secteur bancaire ont sensiblement augmenté», affirme d'entrée la directrice du CYP. Pas étonnant au regard des turbulences de ces dernières années dans le secteur: le secret bancaire est remis en question et les clients internationaux se sont parfois révélés être un handicap. Mais, Alexia Böniger le sait, les clients des banques ont aujourd'hui une activité plus globale et des attentes plus élevées. «Tous les modèles de conseil à la clientèle sont remis en question. Un bon prestataire doit toucher le client sur le plan émotionnel et savoir le bluffer de temps à autre.»

Des tablettes pour 4800 apprentis

Alexia Böniger a façonné le CYP, qui s'appelait encore récemment «Center for Young Professionals in Banking». Responsable dès le début du concept de formation du CYP en tant que Chief Operating Officer, elle dirige depuis maintenant plus de deux ans les activités de l'institution.

Les apprentis en formation bancaire en Suisse suivent les cours du CYP. Ils peuvent choisir eux-mêmes où s'inscrire. Le CYP est présent sur 12 sites en Suisse. Comment garantir le même standard de formation en Suisse allemande, en Suisse romande, dans le Tessin et au Liechtenstein? «Grâce à des contrôles de la qualité sur place, et puis nos formateurs se déplacent en permanence dans les régions», →

Fiche d'identité

Raison sociale	CYP
Sites	12
Apprentis	env. 4800
Collaborateurs	85
Nombre d'AG	85

«Notre centre peut s'enorgueillir d'être la première école de Suisse systématiquement orientée sur le numérique.»

explique la directrice. «Des réunions régulières et l'intranet permettent d'échanger les expériences.»

Le CYP choisit des lieux de formation facilement accessibles en transports publics. Le CYP ne propose aucune place de stationnement, ni pour les quelque 4800 apprentis, ni pour ses 85 collaborateurs, mais finance l'AG de ces derniers. «Les CFF sont un partenaire de mobilité essentiel pour le CYP», indique Alexia Böniger. «Nos formateurs passent environ 400 heures par an dans le train et parcourent près de 25 000 kilomètres.» Sont-ils pleinement satisfaits des CFF? «Il faudrait pouvoir avoir accès au réseau Internet et téléphonique sans interruption, même si je sais que cela n'est pas réalisable à 100% pour des raisons techniques.» Et sinon? «Pourquoi ne pas aménager des cabines téléphoniques dans le train pour permettre les entretiens confidentiels?»

En matière de médias électroniques, le CYP est à la pointe. «Le papier, c'est du passé», affirme Alexia Böniger en riant. «Nous sommes au cœur de la révolution des médias. Notre centre peut s'enorgueillir d'être la première école de Suisse systématiquement orientée sur le numérique.» La numérisation complète de tous les contenus en 2012 a constitué un tournant radical. «Tous les contenus didactiques ont subi des modifications ciblées pour être adaptés aux nouveaux canaux de diffusion», précise Alexia Böniger. «Nous avons fourni aux 4800 apprentis et participants aux cours une tablette personnalisée sur laquelle ils passent également leurs examens de fin d'études.» Le système mis en place dans le cadre de ce projet à grande échelle permet d'accéder en tout lieu et à tout moment aux documents pédagogiques et aux notes via le cloud. La mobilité effective de l'apprentissage dépend donc uniquement du comportement individuel des utilisateurs.

Un apprentissage en autogestion

L'un des principaux objectifs du CYP: l'apprentissage autogéré. «Le but est de développer les capacités cognitives des apprentis de façon à ce qu'ils puissent acquérir eux-mêmes les connaissances bancaires requises», explique Alexia Böniger, pour qui la notion d'équilibre vie professionnelle-vie privée, couramment utilisée, est contradictoire: «Comme si le travail ne faisait pas partie de la vie! Si la frontière est de plus en plus ténue entre le travail et les loisirs, on gagne en revanche en autonomie dans l'organisation de son temps. Personnellement, le travail me permet de faire le plein d'énergie, car j'aime ce que je fais.» ■

CYP

Le CYP a été fondé en 2003 par les plus grandes banques suisses – Julius Baer, CS, UBS, Raiffeisen et la Banque cantonale de Zurich – en collaboration avec l'Association suisse des banquiers. Il est réputé pour son concept de formation original. Le nouveau produit «Going Digital» enseigne l'utilisation des tablettes et autres ordinateurs portables en cours dans les écoles mais aussi au contact direct de la clientèle dans les banques.
cyp-going-digital.ch

Le papier, c'est du passé: une tablette individuelle est mise à la disposition des 4800 apprentis du CYP.

«Efficace: le concept de mobilité»

Jérôme Vonmoos, Account Manager chez Clientèle commerciale CFF en Suisse romande depuis 2006.

Monsieur Vonmoos, que proposent les CFF aux pendulaires pour tirer parti du temps de trajet?
À l'heure de la tablette et de l'ordinateur portable, rien de plus simple que d'écrire par exemple des courriels. La plupart des voitures sont équipées de prises et des amplificateurs de signal offrent une connexion de bonne qualité. De plus, les espaces affaires sont conçus pour offrir le maximum de confort aux voyageurs qui souhaitent travailler. Les services ne se développent pas uniquement à bord des trains, mais également dans les gares avec le WiFi gratuit, ainsi que les Businesspoint CFF à Genève et à Berne.

Les entreprises se fixent souvent des objectifs de durabilité. Comment les CFF les aident-ils dans cette démarche en termes de mobilité?
Nous les accompagnons dans l'élaboration d'un concept de mobilité en proposant des modèles de participation aux abonnements, pour inciter les collaborateurs à utiliser les TP. Par ailleurs, nos rapports environnementaux leur permettent de mesurer la réduction d'émissions procurée par les TP. Pour plus d'informations: *cff.ch/rapportemissions*

En quoi consistent vos modèles de participation?
La subvention d'abonnement permet un traitement plus équitable des pendulaires, en mettant les automobilistes et les utilisateurs des TP sur un pied d'égalité. Car les places de stationnement gratuites se traduisent par une hausse de salaire indirecte dont les utilisateurs des TP ne profitent pas s'ils doivent payer la totalité de leur abonnement. Les entreprises louent donc de plus en plus souvent leur parking pour financer la promotion des TP.

Les CFF tiennent beaucoup à mieux répartir dans le temps l'occupation des places assises. Les entreprises ont-elles déjà assoupli leurs modèles d'horaires de travail fixes?
J'observe un peu partout certains efforts allant dans ce sens, sous forme de modèles combinant plage fixe et horaires flexibles. Mais il reste encore beaucoup à faire pour que les employeurs acceptent l'idée du travail pendant le trajet quotidien. ■

Mobilité et entreprises

Les CFF vous aident à mieux concilier durabilité et mobilité des pendulaires ou voyages d'affaires, tout en optimisant les coûts. Ils vous assistent dans l'élaboration de solutions sur mesure, voire de concepts de mobilité complets.
Pour plus d'informations, veuillez nous contacter: **business@cff.ch**
cff.ch/trajet-du-travail

Photos: LDD.

En voyage avec...

Nicole Loeb

Déléguée du conseil d'administration de Loeb Holding AG

Vous ne voyagez jamais sans…
… mon téléphone portable. Je me déplace en train surtout pour mon travail et j'en profite pour répondre à mes e-mails.

À quoi occupez-vous votre temps pendant vos voyages en train?
J'emporte souvent des dossiers que j'étudie au calme. Ou bien je consulte des médias en ligne.

Où vous sentez-vous chez vous?
À Berne, où je vis et travaille.

Votre chanson préférée quand vous voyagez?
J'aime toutes les chansons de Robbie Williams.

Quelles sont vos sources d'énergie?
Mon travail et mes enfants me maintiennent en forme. J'aime bien aussi faire du jogging pour me vider la tête.

Avec quelle célébrité aimeriez-vous faire une sortie?
Avec Angela Merkel.

L'expérience la plus importante que vous ayez faite avec les transports publics?
Un jour, quand j'étais jeune, j'ai pris le train à Paris pour aller dans le Sud de la France. Et comme il y avait des grèves, j'ai dû voyager assise par terre dans le couloir, serrée comme une sardine. Ce n'était pas le grand confort, mais j'ai fait quelques rencontres amusantes…

Loeb AG

Agée de 47 ans et mère de deux filles, Nicole Loeb dirige depuis 2005 ce groupe de magasins qui est aux mains de sa famille depuis cinq générations. Loeb AG se procure ses billets pour les voyages d'affaires auprès de Businesstravel CFF depuis 2004.

Un paradis végétarien

La cuisine végétarienne est aujourd'hui très populaire. Une tendance à laquelle les frères Frei ont largement contribué avec leurs restaurants Tibits. Les habiles gérants nous dévoilent la recette de leur succès.

Tibits montre qu'avec le fast-food, on peut aussi se faire du bien.

Texte: Julie Freudiger
Photos: Stefan Kubli

Quitte à prendre un peu de retard, Daniel Frei entame une petite causette avec l'un des habitués du restaurant. Un buffet est garni de plats appétissants. L'établissement est conçu pour les hôtes souhaitant savourer tranquillement leur repas comme pour ceux préférant manger sur le pouce. Restaurant végétarien, fast-food, comptoir de vente à emporter, café cosy, bar relax… Quel est le concept? «Au départ, nous voulions proposer une restauration rapide en service continu. Le terme fast-food n'est donc pas tout à fait incorrect», explique le gérant de Tibits en riant. Non sans ajouter que la comparaison avec le fast-food s'arrête là. Car le restaurant se veut avant tout dédié au plaisir de la dégustation et propose une cuisine de haute qualité. De plus, il est aussi aménagé pour accueillir les hôtes désireux de prendre leur temps. Un concept qui marche. Christian, Reto et Daniel Frei ont ouvert leur premier Tibits il y a 14 ans, dans le quartier zurichois de Seefeld. Aujourd'hui, ils en comptent sept en Suisse et un à Londres. Et les 8500 clients accueillis chaque jour, dont 80% non végétariens, apportent une preuve éclatante de ce succès.

Fiche d'identité

Société	Tibits
Collaborateurs	350
Clients par jour	8500
Restaurants en Suisse*: 7, Londres: 1	

* Gare de Berne, Berne Gurtengasse, Bâle, Zurich Seefeld, Zurich NZZ Bistro, Winterthour, Lucerne (octobre 2015)

Le soutien de Rolf Hiltl

L'idée initiale des frères est d'ouvrir un restaurant végétarien qui tranche avec le cliché de la cantine écologiste restée dans son jus. L'histoire des trois végétariens commence par l'élaboration d'un business plan. Les auspices sont favorables: en effet, le plan d'affaires pour le «Projet V», un self-service végétarien, est primé deux fois lors du concours business de l'ETH Zurich en 1998. C'est dans un article publié peu après que Rolf Hiltl, gérant d'un restaurant végétarien du même nom et déjà bien connu, découvre leur projet. Il les contacte, l'article lui ayant révélé que Christian fait partie des habitués de la maison Hiltl. Et son soutien tombe à point nommé. Car les trois frères recherchent un partenaire doté d'un savoir-faire culinaire. Depuis le début, les familles Frei et Hiltl détiennent chacune 50% de Tibits, les sociétés demeurant toutefois juridiquement et opérationnellement distinctes.

«La période entre le plan d'affaires et l'ouverture du premier Tibits en 2000 a été très dure», raconte Daniel Frei, ancien étudiant HSG en économie. Les frères se lancent dans l'aventure avec un capital d'un demi-million de francs et une vingtaine d'employés, contre 350 aujourd'hui.

Daniel Frei, gérant, au restaurant Tibits de Winterthour: «Nous sommes animés par la volonté de faire quelque chose d'utile.»

La recette du succès

Quelle est la recette du succès de Tibits? «Nous sommes animés par la volonté de faire quelque chose d'utile, et non de la croissance à tout prix. Quand nous ouvrons un nouveau restaurant, c'est que le moment nous semble opportun, et nous ne le faisons que là où nous nous savons désirés», confie Daniel Frei. Dernier exemple en date: Lucerne. Poussés par de nombreux mails et un groupe Facebook réclamant un Tibits à Lucerne, les frères y ouvriront un restaurant en automne 2015 après une phase de transition sur un site provisoire. D'autres inaugurations sont prévues en Suisse. Mais l'expansion hors du pays s'avère plus laborieuse. Le premier Tibits londonien s'est révélé une expérience coûteuse pour les trois frères, qui avaient mal évalué le marché local et sous-estimé le temps d'implantation nécessaire. Mais plus de cinq ans après et grâce à quelques rectifications, le Tibits de Londres est repassé dans le vert. Etape par étape, les trois frères souhaitent s'installer dans des villes étrangères, par exemple en Allemagne et en Scandinavie. Autres ingrédients de leur recette: savoir flairer les tendances et avoir le courage d'innover en combinant cuisine saine de qualité et plats à emporter. La compétence et l'expérience de leur partenaire, la famille Hiltl, est aussi un atout. Enfin, chaque étape d'expansion s'accompagne d'une analyse de site poussée accordant une grande importance à ceux qui ont vraiment leur mot à dire: les clients.

Le vegan, qui exclut tout produit d'origine animale, s'annonce comme la tendance du moment. Là aussi, les gérants des Tibits ont anticipé: les plats végétaliens ont depuis longtemps leur place sur le buffet et le mardi leur sera même entièrement consacré.

De plus, les frères Frei ont écrit avec la maison Hiltl le livre de cuisine «Vegan Lovestory». La modernité constitue l'un des quatre fondements de leur vision, plutôt insolite, qui fait aussi l'éloge de la joie de vivre, de la confiance et du temps. Les fondateurs de Tibits prennent au sérieux leur responsabilité d'entrepreneurs, écologique mais aussi sociale. Ainsi, leur style de conduite repose sur la confiance et un comportement exemplaire: ils offrent un salaire supérieur à la moyenne du secteur, proposent des cours d'allemand gratuits à leurs collaborateurs étrangers et accueillent des handicapés légers dans leurs équipes. «Loin de nous l'idée de vouloir faire la morale, explique Daniel Frei. Nous voulons seulement offrir à un maximum de gens la possibilité de goûter au plaisir de la cuisine végétarienne.» Mission accomplie! ■

tibits.ch
tibits.ch/de/blog.html (en allemand)

Recourir au savoir-faire externe

Elle est gaie, colorée, de bon goût et se réinvente régulièrement: la décoration des restaurants, l'une des marques de fabrique de Tibits. Ici aussi, les frères Frei font appel au savoir-faire d'un partenaire compétent. Ils travaillent avec la célèbre designer londonienne Tricia Guild, connue pour ses combinaisons originales de couleurs et de motifs. Chaque restaurant est aménagé différemment et a son propre look, et toutes les tapisseries et étoffes sont renouvelées au bout de deux à trois ans.
designersguild.com
blog.designersguild.com (en anglais)

4 pour 3!

Offre spéciale RailPoster CFF

Du 22 juin au 6 septembre 2015, votre publicité voyage dans nos trains pendant quatre semaines au prix de trois.

Seule condition: les dates de votre campagne RailPoster doivent correspondre à la période indiquée. Passez tout de suite commande sur:

cff.ch/railposter

Mettre sa campagne publicitaire sur de bons rails

Faites voyager vos affiches publicitaires pour étendre votre rayon d'action à toutes les catégories professionnelles et sociales. Efficacité maximale et **conditions avantageuses** garanties!

Vos avantages en bref

- **Exclusivité due au faible nombre de RailPoster dans le train**
- **Contacts directs répétés, dans chaque voiture, à la montée, à la descente et pendant le trajet**
- **Temps d'attention élevé (durée moyenne de voyage: 26 min dans le trafic régional et 69 min sur les grandes lignes)**
- **Prix par mille contacts (PMC) bien inférieur à 10 francs**
- **Accès à toutes les classes d'âge et de pouvoir d'achat**
- **Interaction (avec des médias mobiles)**
- **Réservation hebdomadaire possible**

Les RailPoster CFF au format paysage et les RailMidiPoster CFF sont suspendus dans les voitures de 1re et de 2e classes et dans les dégagements. Votre publicité n'échappe au regard d'aucun voyageur: personnes voyageant pour leurs loisirs ou pour affaires, familles, jeunes, seniors, salariés, cadres, politiques, écoliers, étudiants. Elle atteint des valeurs record, toutes catégories professionnelles et sociales confondues, à l'échelon national et régional.

Rabais de quantité et de répétition

Profitez de remises intéressantes à partir d'un volume de commandes de 10 000 francs. Et réservez pour deux semaines ou plus pour obtenir une remise de 45% sur chaque semaine consécutive.

Le calculateur en ligne: une offre en 3 étapes

Cet outil calcule le prix de votre schéma d'occupation. Trois étapes suffisent pour obtenir une offre. Rendez-vous sur **cff.ch/publicite.** Un clic, et votre campagne commence! **cff.ch/railposter**

Exemple de prix, taux d'occupation de 50%

	Contacts potentiels en 4 semaines	Nombre de RailPoster	Coûts	PMC
Grandes lignes CFF (InterCity/InterRegio)	24,8 mio.	600	CHF 95 241	CHF 3.84

Sous réserve de modifications des prix et produits. TVA non comprise. Rabais de répétition non compris.

Ma sélection de...

presse business

ft.com – «Financial Times»
La référence mondiale aux pages orange. Le premier de la classe a un principe simple: la qualité a son prix: «standard online» CHF 6.39 par semaine.

bloomberg.com – Bloomberg
Bloomberg se penche avec talent sur les entreprises suisses. Un bel exemple: l'article sur le timide rapprochement entre KKR et Ringier.

cash.ch – cash
Le rédacteur en chef Daniel Hügli et sa petite équipe atteignent l'excellence et peuvent souffler avec fierté leurs 25 bougies.

economist.com – «The Economist»
Un grand classique, qui montre que magazine et iPad font très bon ménage.

«Neue Zürcher Zeitung» et «NZZ am Sonntag»
Une source d'enrichissement quotidienne. Le journal invite des auteurs issus de tous les secteurs économiques.

«Bilanz»
Le rédacteur en chef Dirk Schütz prouve qu'un style mordant peut avoir sa place dans les pages d'un magazine économique haut de gamme. Un équilibre subtil, sur le fil du rasoir.

«Handelszeitung»
Le plus beau journal économique suisse. Chaque semaine, un plaisir pour l'œil et un bon mix d'actualité et d'articles de fond pour les cellules grises.

Hannes Britschgi, 59 ans, est devenu célèbre avec ses interviews d'invités «sur la sellette», pour l'émission TV «Rundschau». À partir de 2001, il a dirigé «Facts», «RingierTV» et «Sonntags-Blick». Il est à la tête de l'école de journalisme Ringier depuis 2011.

Photos: SBB CFF FFS/Gian Vaiti, Geri Born, Tantris Restaurant, Shutterstock/Ahmet Misirligul, Martina Bogdan, Florian Kolbinger.

Escale à...

Munich

(1)

(2)

Star de la télé outre-Rhin, **Ottfried Fischer** (photo 1), 61 ans, se consacre actuellement à des lectures et à son émission «Ottis Aquarium». Atteint de Parkinson, l'acteur présente Munich, sa ville natale.

Pour le plaisir des yeux
Quartier Kunstareal
Entre l'Ancienne et la Nouvelle Pinacothèque ainsi que la Königsplatz, le visiteur découvrira un choix unique de musées, galeries et hautes écoles. Une concentration fascinante de tableaux de toutes les époques et célèbres dans le monde entier.
kunstareal.de
Les musées se trouvent dans le quartier Maxvorstadt, facilement accessible avec les TP: ligne de tramway 27, arrêt Pinakotheken, ou ligne de métro 2, arrêt Königsplatz ou Theresienstrasse. Pas de parkings publics à proximité.

Pour le plaisir des papilles
Restaurant Tantris

Les salles luxueuses du Tantris nous plongent dans une ambiance James Bond des années 1970. Le chef de cuisine Hans Haas y fait vivre à ses hôtes de grands moments culinaires. Une adresse peu connue et d'autant plus précieuse!
tantris.de
Johann-Fichte-Strasse 7, 80805 Munich. Ouvert du mardi au samedi. Situé près de la célèbre artère piétonne Leopoldstrasse. Ligne de tramway 23, Parzivalplatz. Réservations: +49 89 361 9590.

Pause détente
Cabinet de médecine naturelle Rieder
On ne soulignera jamais assez l'importance d'une petite pause pour recharger ses batteries. Mon adresse secrète: le cabinet de Margit Rieder. Je vous recommande les soins Human Neuro Cybrainetics, qui produisent leurs effets dès le premier rendez-vous.
naturheilkunde-rieder.de
Mettinghstrasse 2, 80634 Munich. Réservations au +49 89 168 81 05. Accessible à pied en quelques minutes depuis la gare centrale de Munich.

Escapade au marché
Elisabethmarkt
Fromages, viande bio et poisson frais: le petit marché au cœur du quartier de Schwabing fait frémir les papilles. Installé à cet endroit depuis 1903, il propose également un vaste choix de fleurs.
elisabethmarkt.de
Ligne de tramway 27, arrêt Elisabethplatz. Ou ligne de métro 2, arrêt Josephsplatz ou Hohenzollernplatz.

À découvrir (photo 2)
Le triangle thermal de Basse-Bavière
Les sources chaudes de la vallée du Rott tirent leurs vertus curatives du plus profond de la roche et contribuent au bien-être et à la santé. Les vastes aires de bain et les saunas de Rottal Terme à Bad Birnbach invitent à la détente.
quellness.de; badbirnbach.de
Situées à 80 km environ à l'est de Munich, les stations thermales Bad Birnbach, Bad Füssing et Bad Griessbach sont reliées au réseau ferroviaire par le Rottalbahn.

SBB CFF FFS

Réduisez maintenant vos frais de voyage.

Les voyages en transports publics recèlent un grand potentiel d'économie. Vos déplacements sont trois à quatre fois moins chers qu'en voiture. De plus, votre société profite du rabais d'entreprise, d'avantages fiscaux et de processus de comptabilité allégés. Faites le calcul vous-même: **cff.ch/business-economiser**.